

RENCANA BISNIS DI NOBRANDEDON INA

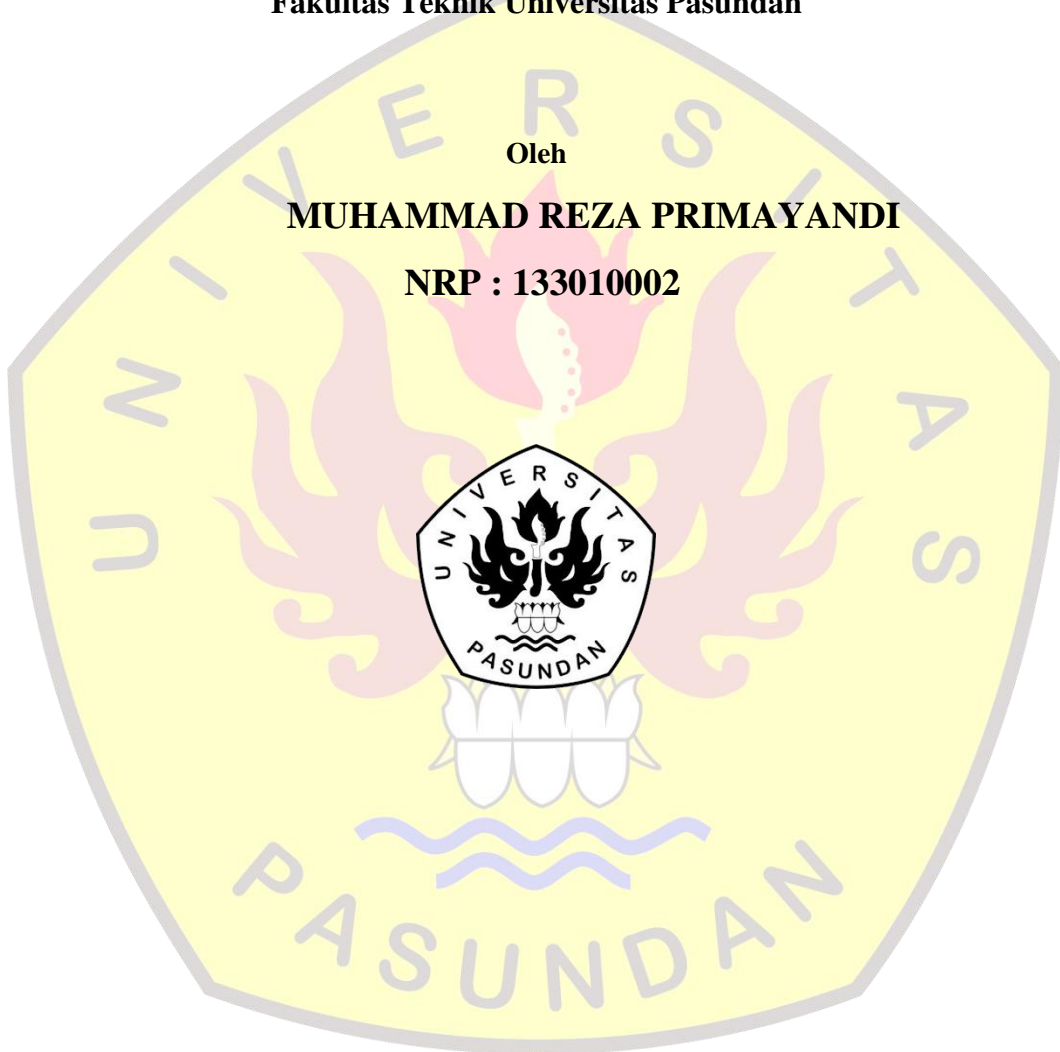
TUGAS AKHIR

**Karya tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik dari
Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**

Oleh

MUHAMMAD REZA PRIMAYANDI

NRP : 133010002



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS PASUNDAN

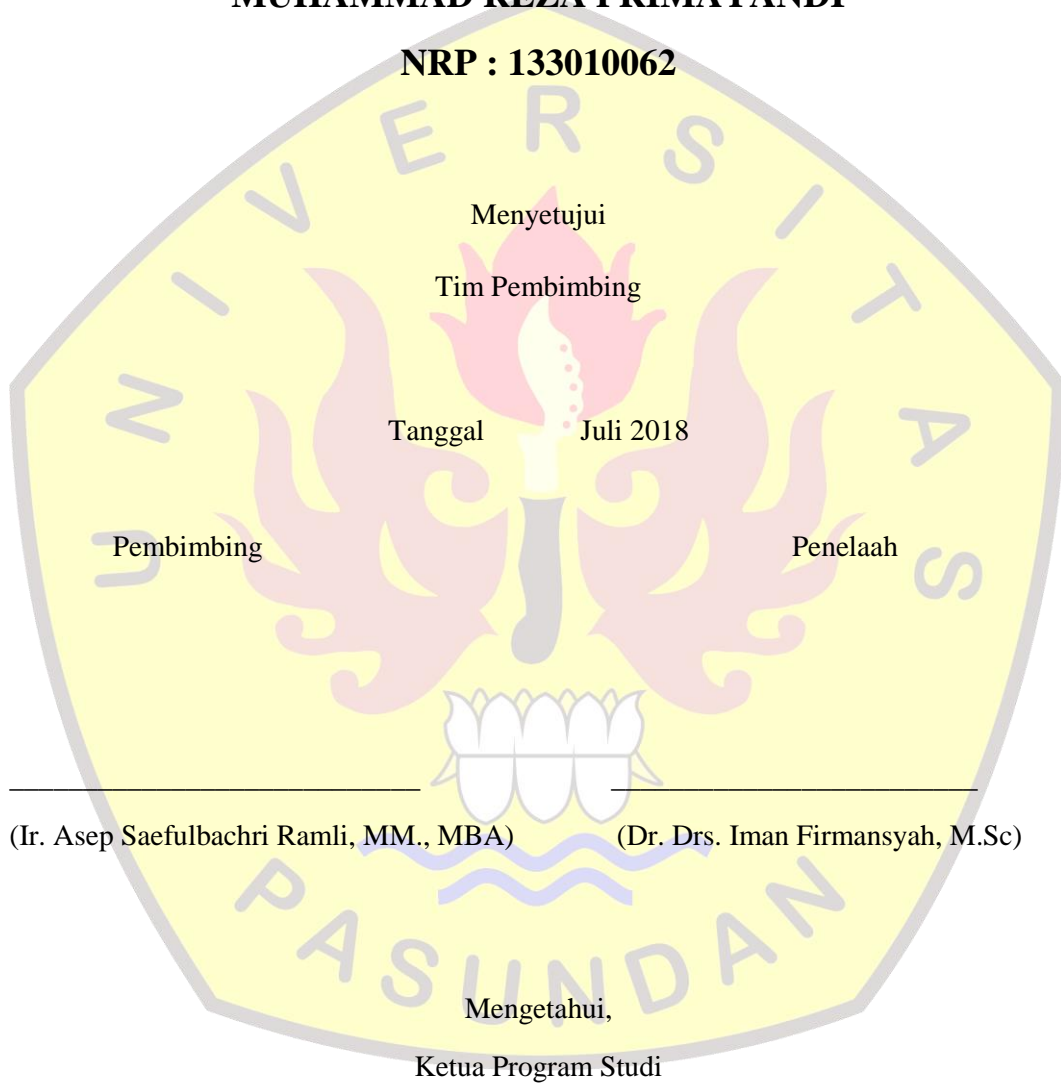
2018

RENCANA BISNIS DI NOBRANDEDON INA

Oleh

MUHAMMAD REZA PRIMAYANDI

NRP : 133010062



(Ir. Toto Ramadhan, MT)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
I.1. Latar Belakang.....	I-1
I.2. Perumusan Masalah	I-2
I.3. Tujuan Penelitian.....	I-3
I.4. Manfaat.....	I-3
I.5. Batasan Masalah.....	I-4
I.6. Sistematika penulisan	I-4
BAB II LANDASAN TEORI	II-1
II.1. Perencanaan Bisnis (<i>Business Plan</i>)	II-1
II.2. Aspek Pemasaran Dan Pasar	II-15
II.2.1. Pasar.....	II-20
II.2.2. Segmentasi Pasar	II-21
II.2.3. Bauran Pemasaran.....	II-22
II.2.4. Analisa Pasar	II-24
II.2.5. Strategi Pemasaran	II-25
II.2.6. Analisis SWOT	II-26
II.2.7. SWOT Matriks.....	II-27
II.2.8. Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia	II-27
II.3. Aspek Keuangan	II-29
II.3.1. Penilaian Investasi	II-29
II.3.2. Metode Internal Rate Of Return (IRR)	II-29
II.3.3. Metode Net Present Value (NPV)	II-31
II.3.4. Metode Payback Period.....	II-31
Bab III USULAN PEMECAHAN MASALAH.....	III-1
III.1. Metode Pemecahan Masalah	III-1

III.2.	Langkah-Langkah Pemecahan Masalah	III-1
III.3.	Flowchart Pemecahan Masalah	III-4
BAB IV PENGOLAHAN DATA		IV-1
IV.1.	Sejarah Singkat Perusahaan	IV-1
IV.1.1.	Logo Perusahaan	IV-2
IV.1.2.	Visi Misi Perusahaan	IV-3
IV.1.3.	Manajemen Sumber Daya Manusia	IV-3
IV.1.3.1	Struktur Organisasi Perusahaan	IV-3
IV.1.3.2	Hasil Produksi	IV-4
IV.1.3.3	Job Description	IV-5
IV.1.3.4	Sumber Daya Manusia	IV-6
IV.1.4.	Keuangan	IV-7
IV.1.5.	Data Lingkungan Eksternal Perusahaan	IV-7
IV.2.	Pengolahan Data	IV-11
IV.2.1.	Strategi Bisnis	IV-11
IV.2.2.	Aspek Pasar	IV-13
IV.2.3.	Rencana Keuangan	IV-24
IV.2.4.	Pengukuran dan Pengelola Resiko	IV-30
Bab V ANALISA DAN PEMBAHASAN		V-1
V.1.	Penyusunan Strategis Bisnis	V-1
V.2.	Analisis SWOT	V-2
V.3.	Analisa Pemasaran	V-2
V.4.	Marketing Mix	V-3
V.5.	Analisa Keuangan	V-4
V.6.	Analisa Resiko	V-7
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		VI-1
VI.1.	Kesimpulan	VI-1
VI.2.	Saran	VI-2

RENCANA BISNIS DI NOBRANDEDON INA

MUHAMMAD REZA PRIMAYANDI
NRP : 133010002

ABSTRAK

Nobrandedon INA merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang fashion untuk kalangan remaja sampai dewasa dengan produk berupa celana jeans berbahan rawdenim. Sampai saat ini banyak konsumen yang setia bahkan banyak pula konsumen dari mancanegara. Namun Nobrandedon INA belum mempunyai rencana bisnis yang baik, sehingga belum mengetahui untuk langkah yang harus dilakukan di masa yang akan datang.

Dengan peluang yang ada maka perlu adanya rencana bisnis yang baik sehingga Nobrandedon INA dapat mengetahui tindakan yang harus dilakukan baik dalam perkembangan industri celana jeans, serta mempunyai rencana keuangan baik agar dapat memproyeksikan modal yang ada dengan baik. Untuk sumber daya manusia yang ada juga perlu ditingkatkan keahliannya agar mampu melakukan setiap pekerjaannya dengan maksimal. Selain itu faktor-faktor lain yang ada juga harus diantisipasi seperti pesaing, inflasi, serta kebijakan pemerintah yang ada. Untuk dapat menyelesaikan persoalan itu semua maka perlu adanya rencana bisnis yang baik.

Kata kunci : Rencana Bisnis, Rencana Keuangan

BAB I PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Sudah diketahui secara umum bahwa untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari dan merasakan kesejahteraan hidup, orang-orang tidak dapat lagi hanya mengandalkan pekerjaannya sebagai pegawai atau karyawan saja pada sebuah perusahaan swasta atau badan lembaga milik pemerintah. Apalagi bila dibandingkan dengan jumlah lapangan pekerjaan sangatlah tidak seimbang, lebih besar jumlah orang yang ingin bekerja daripada jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia untuk sekarang ini. Jadi, kebanyakan orang berusaha membuat satu atau beberapa usaha untuk mencukupi kebutuhan hidup dan untuk meningkatkan taraf hidupnya sekaligus memperluas lapangan kerja.

Orang-orang yang bergelut didunia usaha harus bisa memanfaatkan segala jenis teknologi-teknologi yang canggih di era *modern* seperti sekarang ini untuk menciptakan jenis usaha baru ataupun mengembangkan jenis-jenis usaha yang sudah ada, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan hidup dan membuka lapangan kerja agar orang-orang mendapatkan kesempatan untuk bekerja. Adapun jenis usaha yang sering dikerjakan oleh kebanyakan orang adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM), baik di bidang jasa, dagang dan manufaktur. Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju, pada saat krisis ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju. Pada saat krisis ekonomi berlangsung di indonesia, UKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki ketahanan paling baik. Kemampuan UKM perlu diberdayakan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mereduksi kendala yang dialami UKM, sehingga mampu memberikan kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Goeltom,2004).

Dalam bidang bisnis tentu saja memiliki ruang lingkup yang sangat luas bahkan dalam setiap sendi kehidupan bisa dijadikan bisnis. Oleh karena itu dalam berbisnis harus fokus terhadap peluang yang ada, harus dapat

memanfaatkan segala potensi serta harus jelas dalam menerjemahkan kebutuhan yang ada di masyarakat ataupun di kalangan tertentu. Hal ini dapat dikaitkan dengan konsep-konsep bisnis untuk memperoleh keuntungan yang pantas dari peluan bisnis tersebut. Dilihat dari pandangan perkembangan dan kemajuan teknologi di sosial media maupun internet saat ini kebutuhan masyarakat khususnya di bidang garmen menjadi kebutuhan pokok (sandang), karena pakaian menjadi suatu kebutuhan untuk melengkapi gaya hidup. Masyarakat dan perusahaan cenderung memiliki pilihan yang berbeda-beda pandangan dalam pemilihan suatu produk khususnya yaitu jeans.

Nobrandedon adalah perusahaan yang bergerah dibidang garmen yang memproduksi khususnya celana jeans, dimana perusahaan ini berdiri sejak tahun 2012. Selain itu perusahaan ini menginginkan usahanya untuk dikembangkan mengingat banyaknya kompetitor lain yang sudah memiliki *brand image* dan bermunculan dalam jenis usaha yang sama. Agar dapat bersaing dengan kualitas barang yang dihasilkan maupun pelayanan yang ditawarkan tersebut harus memiliki keunggulan, baik itu dari segi kualitas produk, harga yang terjangkau, pelayanan dan waktu serta strategi yang diterapkan dalam perusahaan itu sendiri. Hal tersebut didasari oleh para konsumen untuk selalu menggunakan suatu produk yang memiliki kualitas dan ciri khas yang baik.

I.2. Perumusan Masalah

Hal utama yang harus dilakukan sebelum memulai usaha adalah membuat perencanaan bisnis guna meminimalisasi risiko atau kerugian yang mungkin terjadi. Penyusunan bisnis ini dibuat secara sistematis yang akan menganalisa aspek pemasaran, aspek manajemen sumber daya manusia, aspek operasional, dan aspek keuangan. Dalam hal ini, Nobrandedon akan menjalankan dan menyusun usaha maka akan dibuat perumusan sebagai berikut:

1. Bagaimana meraih keuntungan dengan melakukan perencanaan bisnis dengan jelas konsep dan perencanaannya?
2. Bagaimana penyusunan rencana bisnis (*Business Plan*) Nobrandedon dilihat dari aspek pasar?

3. Bagaimana penyusunan rencana bisnis (*Business Plan*) Nobrandedon dilihat dari aspek produksi?
4. Bagaimana penyusunan rencana bisnis (*Business Plan*) Nobrandedon dilihat dari aspek organisasi?
5. Bagaimana penyusunan rencana bisnis (*Business Plan*) Nobrandedon dilihat dari aspek finansial?
6. Strategi bisnis apa saja yang dilakukan agar dapat mencapai tingkat keberhasilan yang maksimal?

I.3. Tujuan Penelitian

Dalam tujuan dari studi kasus ini adalah melakukan analisa yang dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam mengambil sebuah keputusan untuk melakukan rencana bisnis, yaitu:

1. Hasil rencana usaha Nobrandedon untuk menjadi *brand* denim yang mampu bersaing dengan *brand* lain dengan kualitas yang baik.
2. Menganalisa kelayakan bisnis Nobrandedon.
3. Menyusun strategi bisnis dan langkah yang tepat dalam memasarkan produk sehingga dapat mencapai tujuan dengan baik.

I.4. Manfaat

Adapun manfaat yang telah didapat dalam dilakukannya Penyusunan *Business Plan* ini antara lain :

1. Dari hasil peneltian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi, bahan pertimbangan pengembalian keputusan atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya dan mampu memperbaiki pada kelemahan dalam penelitian ini.
2. Manfaat bagi pengembangan ilmu :
Diharapkan bahwa hasil dari Penyusunan *Business Plan* ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu bisnis serta mengetahui apakah produk atau barang yang dihasilkan sudah dijual secara efektif dan efisien.

3. Manfaat bagi Nobrandedon:

Dapat meningkatkan efesiensi dan efektivitas kerja melalui sistem operasi kerja yang baik sehingga perusahaan dapat meningkatkan produktivitas pelayanan yang baik.

I.5. Batasan Masalah

Mengingat luasnya dalam bidang penelitian ini, dan keterbatasan dalam kemampuan peneliti, maka dalam studi kelayakan bisnis ini diberlakukan pembatasan antara lain :

1. Penyusunan *Business Plan* ini hanya dilakukan dengan mempertimbangkan keterbatasan yang ada di perusahaan pertama dalam hal pengambilan data yang diperbolehkan oleh Nobrandedon berdasarkan aspek pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen sumber daya manusia dan aspek finansial.
2. Penyusunan *Business Plan* ini dilakukan dengan pendekatan rencana keuangan.

I.6. Sistematika penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I

Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang dipilihnya topik pembahasan mengenai Penyusunan *Business Plan*, lalu dilanjutkan pemaparan perumusan masalah agar masalah lebih fokus, selanjutnya dijelaskan mengenai tujuan dan manfaat pemecahan masalah, lalu batasa masalah, yaitu pengambilan data dilakukan Nobrandedon dengan menggunakan pendekatan studi kelayakan bisnis, dan yang terakhir adalah sistematika penulisan dari laporan Tugas Akhir ini

BAB II

Landasan Teori

Pada bab ini terdapat dasar teori yang berhubungan dengan penelitian analisis kelayakan yang akan dibahas. Tujuan dari bab ini adalah membentuk kerangka berpikir dan landasan teori yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian dan perancangan hasil akhir serta berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Sehingga pembahasan dalam pengerjaan laporan Tugas Akhir ini tidak keluar dari apa yang telah menjadi landasan teori yang sudah ada. Disini dijelaskan mengenai pengertian *Business Plan*, konsep lingkungan bisnis, aspek pemasaran, bauran pemasaran, hingga perencanaan ruangan perusahaan.

BAB III

Usulan Pemecahan Masalah

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian sesuai tujuan dari permasalahan yang dibahas dan berfungsi sebagai kerangka utama untuk menjaga penelitian mencapai tujuan yang ditetapkan. Disini dijelaskan mengenai aspek-aspek yang akan diterapkan oleh perusahaan sehingga dapat diketahui apakah bisnis yang akan dijalankan akan berjalan baik atau mungkin sebaiknya tidak dilanjutkan. Dan langkah-langkah pemecahan masalahnya dimulai dari analisis pasar, lalu strategi pemasaran, matrik SWOT, dan aspek finansial. Dan setelah itu adalah *Flowchart* yang akan menjelaskan aliran proses dari awal pembuatan laporan Tugas Akhir ini hingga selesai.

BAB IV

Pengumpulan dan Pengolahan Data

Merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data yang terkait dalam penelitian ini. Diawali dengan penjelasan

Nobrandedon Valent secara garis besar, lalu lokasi perusahaan, hingga ke pengolahan data berdasarkan langkah pemecahan masalah yang telah dibuat.

BAB V

Analisis dan Pembahasan

Merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan analisis yang dilakukan terhadap data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan, dianalisa mengenai pengolahan data yang telah dibuat pada bab sebelumnya, dianalisa mengenai perusahaan yang akan membuka cabang baru, dan berdasarkan aspek-aspek yang diterapkan untuk diketahui apakah cabang layak atau tidak untuk dibuka.

BAB VI

Kesimpulan dan Saran

Merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan berdasarkan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

1. Akbar, Ginna Fadillah, 2017, Analisis Kelayakan Investasi Pembukaan Outlet Busana OBS Ditinjau Dari Aspek Pasar , Teknis Dan Finansial Di Kota Bandung, Skripsi, Bandung : Telkom University.
2. Assauri, Sofjan, 2015, Manajemen Pemasaran, Rajawali Pers, Jakarta.
3. Kotler, P. (1997). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol Jakarta: PT. Premhalindo
4. Granaldhi, Aldy, 2015, Pengembangan Business Plan Di PT. Sunrise Abadi, Skripsi, Bandung : Universitas Pasundan.
5. Nababan, Juan Sumando, 2010, Business Plan Pertambangan Pasir PT. XYZ : Tinjauan Dan Analisis Pemasaran Dan Sumber Daya Manusia, Skripsi, Jakarta : Universitas Indonesia. <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20253002-T28251-Business%20plan.pdf> (29 April 2017, 18.49).
6. Pinson, Linda, 2003, Anatomy Of A Business Plan, Penerbit Canary, Jakarta.
7. Rahmadia, Gitta, 2014, Analisis Kelayakan Investasi Pembukaan Outlet Busana Mmuslim Quenzee Ditinjau Dari Aspek Pasar, Teknis Dan Finansial Di Kota Bandung, Skripsi, Bandung : Telkom University.
8. Rangkuti, Freddy, 2012, Studi Kelayakan Bisnis & Investasi, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
9. Rangkuti, Freddy, 2016, SWOT Balanced Scorecard, Gramdeia Pustaka Utama, Jakarta.
10. Suciarni, Rizky, 2018, Penyusunan Business Plan di PT. Penta Valent, Skripsi, Bandung : Universitas Pasundan.